MINISTERIO DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO

PLAN OPERATIVO
DEL PRODUCTO PAPRIKA

PERX: LA LIBERTAD

2004

PLAN OPERATIVO PILOTO DE LA PÁPRIKA – LA LIBERTAD

1. Aspectos relevantes del producto

- España es el principal destino de la páprika peruana, cuya calidad es altamente apreciada. Se estima que el 2003 España importó alrededor de 20,000 TM, de las cuales el 50% procede del Perú.
- Una hectárea produce 4 toneladas al año.
- El costo de producción de 1 hectárea puede fluctuar entre US $ 2000 y US $ 3500, dependiendo del tamaño del productor.
- El precio de páprika por kilo está alrededor de US $ 1,25 por kilo, lo cual evidencia que se trata de un producto con márgenes interesantes.
- China, India y España son los principales competidores.
- El volumen de exportaciones en 1998 ascendió a 15,075 toneladas y al año 2002, la producción para la exportación se incrementó en 106%.
- La Libertad es el segundo productor de páprika después de Ica.
- No se tienen datos de la superficie sembrada a nivel nacional.
- Por sus extraordinarias características climáticas y de suelo, el valle de Virú es el más adecuado para el cultivo de la páprika.

2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
Oferta regional y demanda internacional. • Mercado externo en crecimiento. • Clima ideal para el cultivo. • Variedades aptas para la región. • Altos rendimientos de las parcelas. • Empresarios con experiencia en exportaciones. • Disponibilidad de mano de obra relativamente barata. **Infraestructura física.** • Facilidad de transporte marítimo. **Asociatividad.** • Existencia de pequeñas alianzas productivas en zonas como Chao y Paiján. **Aspectos económicos.** • Cultivo rentable.

Debilidades
En la fase primaria. • Fraccionamiento de la propiedad de la tierra. • Pequeños y medianos productores débilmente organizados. • Ausencia de una organización de primer piso que agrupe a los productores. • Débil articulación entre los agentes económicos de la cadena productiva. • Problemas en los volúmenes de oferta exportable a causa de la humedad en el producto y la aplicación de pesticidas no permitidos. • Producto muy sensible a plagas y enfermedades. • Falta de capacitación de los productores para el adecuado manejo agronómico. • Escaso capital de riesgo para la siembra. • Dificultades de acceso a créditos bancarios y falta de fuentes de financiamiento adecuadas para cubrir grandes volúmenes de exportación. • Poca oferta local para atender la creciente demanda del exterior.

Debilidades

- Poco conocimiento de técnicas de manejo de cultivo y riego.

En la fase de transformación y adecuación.

- No existe infraestructura para el secado de productos y tampoco se cuenta con información que asegure que el secado industrial no altera la calidad del producto.
- El producto supera ocasionalmente el máximo de humedad permitido (12%).
- Poco valor agregado, existe una sola empresa que muele el ají páprika.

En la fase de comercialización.

- Deficiente infraestructura portuaria local.
- Falta sistema de información.

Oportunidades

Externas.

- Poca competencia en América Latina.
- Dificultades que atraviesan los competidores del sur de África e India a causa de conflictos sociales y políticos.
- Apertura de nuevos mercados y con mejores perspectivas.

Amenazas

Aspectos regionales.

- Sequías.
- Huelgas.
- Fenómeno del Niño
- Elevación del nivel del acuífero (la capa freática) en los valles de Chao y Virú.

Aspectos externos.

- Caídas de precios en el mercado internacional.
- Ingreso de otros países como competidores.
- Exportaciones concentradas en pocos países y pocas empresas.
- Rechazo del producto por parte del importador a causa del uso de pesticidas no permitidos y cuya normatividad es desconocida por el agricultor.

3. Visión al 2013

"La páprika es uno de los 10 productos más importantes de la agro exportación regional, habiéndose posicionado competitivamente en el mercado internacional gracias a la aplicación de tecnología de vanguardia empleada en las plantaciones y procesos post cosecha que le permiten cumplir las normas y estándares de calidad mundiales y preservar el medio ambiente".

4. Valores

- **Cooperación:** Refleja el espíritu de colaboración para llevar a cabo actividades que apuntan al cumplimiento de objetivos estratégicos, fomentando el pensamiento sistémico, la unión de fortalezas y el logro de resultados.
- **Confianza:** Es la relación de aceptación que une a una persona o más personas y se construye sobre la base del autoconocimiento y la compatibilidad entre valores y objetivos.

- **Transparencia:** Implica la gestión clara, imparcial y ética de los recursos confiados a los actores del proceso así como la rendición de cuentas en forma periódica.
- Disciplina: Es el respeto a las normas y reglamentaciones establecidas o autoimpuestas.
- **Excelencia:** Es el logro de una calidad superior y de resultados óptimos en términos de eficiencia, eficacia y efectividad.
- **Responsabilidad:** Es la obligación de cumplir con los compromisos adquiridos en los términos establecidos o de asumir sus consecuencias en caso contrario.
- **Integración:** Es la acción que propicia la articulación entre los agentes económicos de la cadena productiva en el proceso por construir ventajas competitivas, abandonando actitudes independientes y guiando la gestión hacia el logro de objetivos comunes.

5. Líneas estratégicas

Línea estratégica 1	Desarrollar y consolidar la oferta exportable
Línea estratégica 2	Dar valor agregado al producto.
Línea estratégica 3	Consolidar el posicionamiento de la páprika en los mercados internacionales.

6. Matriz del Plan Operativo Piloto:

Plan Operativo de la páprika

Línea estratégica 1. Desarrollar y consolidar la oferta exportable

Actividades	Indicadores	Responsables
1.1. Promover el desarrollo y fortalecimiento de la cadena productiva.	-Al 2005, se cuenta con una norma técnica sobre el ají páprika. -A partir del 2005, los costos de producción se redujeron en 10% promedio el primer año.	- Asociación de Productores. - Dirección Regional Agraria. - Empresarios. - SENASA. - ONGs.
1.2. Garantizar el aprovisionamiento de semillas de calidad.	-Al 2005 se reduce el costo de semillas en 30% gracias a las compras por volumen.	- Asociación de Productores. - Proveedores.
1.3. Capacitar a los pequeños productores en el manejo del cultivo.	-A partir del 2004 se capacitan 100 productores agrícolas por año en el manejo del cultivo y en adelante se duplica el número de productores capacitados.	- Dirección Regional Agraria. - Universidades. - ONGs.
1.4. Promover cultivos alternativos y suplementarios.	- A partir del 2004, todos los agricultores de la cadena productiva aplican técnicas de rotación de cultivos para mejorar la calidad de los suelos y tener productos alternativos que le generen ingresos adicionales.	- Cadena Productiva. - Universidad. - Compradores. - Dirección Regional Agraria.
1.5. Desarrollar un plan para controlar plagas y enfermedades.	-Al 2011, la Región de La Libertad estará libre de plagas y enfermedades cuarentenarias.	- SENASA –Dirección Regional Agraria. - Productores.
1.6. Utilizar pesticidas permitidos y sistemas de secado (12%).	-El 2005 se conocen todos los pesticidas permitidos por los países importadores y se habrá incluido sus usos en el agro regional. -El 2005 se reduce al 1% el rechazo de los productos por uso de pesticidas no permitidos.	- SENASA. - Dirección Regional Agraria. - Productores.
1.7. Implementar buenas prácticas agrícolas en el manejo del cultivo.	-El 2005, 40 productores han iniciado el proceso para adecuarse a los requerimientos del Eurogap.	- Asociación de Productores. - SENASA.
1.8. Aplicar tecnología de punta de riego a agricultores organizados.	-El 2005, se incrementa en 10% el rendimiento de producción y productividad promedio.	- Gobierno Regional. - Asociación de productores.
1.9. Formar expertos agropecuarios para que brinden asistencia técnica especializada.	-El 2005 se cuenta con 10 técnicos especializados y brindando asistencia técnica a las cadenas	- UPAO . - PSI.

Actividades	Indicadores	Responsables
	productivas.	- Universidades. - CIP - INIA – ONG.
1.10. Implementar un sistema de control de calidad en todas las etapas del proceso productivo	-A partir del 2005 se cuenta con un sistema de monitoreo para asegurar la calidad y cantidad del producto de exportación.	- PROMPEX. - Gobierno Regional. - Asociación de Productores. - INDECOPI. - SENASA.

Línea estratégica 2. Dar valor agregado al producto

Actividades	Indicadores	Responsables
2.1. Posicionar productos con potencial exportador en el mercado exterior	-El 2006 se obtienen 2 ó 3 subproductos a partir de la páprika.	- Universidades - Productores

Línea estratégica 3. Consolidar el posicionamiento de la páprika en los mercados internacionales

Actividades	Indicadores	Responsables
3.1 Diseñar e implementar un sistema de información meteorológica y de mercados de fácil acceso a los agentes económicos de la cadena productiva.	-En el 2006 se contará con un sistema integrado de medición de meteorología entre empresarios y SENAHMI. -El 2005 se tiene un sistema de información de mercados que incluye oferta y demanda exportable de la páprika.	- MINCETUR. - SENAHMI. - PROMPEX. - Productores. - Municipalidades. - MINAG. - Cámara de Comercio de La Libertad.
3.2. Estudiar y analizar el mercado internacional de la páprika a fin de evaluar las tendencias y buscar nuevos nichos.	-El 2005 se cuenta con un estudio de mercado sobre la páprika. -El 2005 se cuenta con dos nuevos mercados identificados.	- PROMPEX. - Productores.

7. Monitoreo y evaluación del POP

El proceso de implementación y seguimiento del POP estará a cargo del Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones, CERX, cuya estructura organizacional brindará soporte y seguimiento a todas las acciones estratégicas contempladas. El CERX deberá promover la conformación de una mesa de trabajo de la Páprika, que será la responsable de coordinar con los agentes involucrados el desarrollo de las actividades previstas en el POP.

En términos generales, los responsables de la implementación, evaluación y seguimiento se reunirán periódicamente para discutir en forma participativa y con espíritu de colaboración los avances del Plan de acuerdo a los indicadores establecidos. En estas sesiones se propondrán los ajustes que fueran necesarios para cumplir con la visión de la cadena productiva.